



面临东京奥运会备战和北京冬奥会筹办的考验

# 奥运“冠军”已开始历练

奥运会是人类和平时期最大的全球性线下活动,但在奥林匹克运动进入“亚洲时间”之际,却遭遇了前所未有的新冠病毒,这无疑考验着各方智慧和勇气。连日来,全国两会代表委员表示,东京奥运会备战和北京冬奥会筹办面临的考验,是对“真正冠军”的历练。

## 锤炼真正的强者

2018年平昌冬奥会之后,冬奥会正式进入北京时间。进入2020年,北京冬奥会筹办也要按下快进键。与此同时,备战东京奥运会的运动员也进入冲刺阶段。但突如其来的疫情,迫使国际奥委会和东京奥组委决定将东京奥运会延期一年,北京也面临一手抓疫情防控,一手抓冬奥筹办的考验。

谈及推迟的东京奥运会,全国政协委员杨扬说:“奥林匹克最大的价值是给人以梦想和激励,对绝大多数项目来说,奥运会都是最高水平的竞技舞台,取消是所有人都不想看到的。所以国际奥委会一定会尽最大努力实现运动员们的梦想,只要有1%的希望就要尽全力。”

随着年龄增长,要在训练中再多坚持一年,这份艰难只有运动员自己最清楚。全国人大代表、中国奥委会副主席李玲蔚坦言,作为曾经的运动员,她深知不管是否生病,身体状况如何,只要后面有大赛,运动员的潜力和激情就会因为目标的存在而非非常明确,但当战线拉得太长,

而且赛事何时恢复还不得而知时,再去每天保质保量地完成训练,就会变得比较枯燥。

“单纯地练,为了练而练,确实很枯燥,会觉得好像没有目的性,但是你要知道,今天的付出,明天不一定看得到(回报),但是通过一段时间的积累,就能看得到。”李玲蔚说。

在李玲蔚看来,明年东京奥运会的冠军,将是“真正的强者”,“当大家真的遇到了很多可能在过去人生当中,或者运动生涯当中都未曾遇到过的东西,但是你顶过来了,那你就是真正的强者。”

## 点亮隧道尽头的明灯

与东京奥运会相隔半年,北京冬奥会就将在长城脚下举办。这是1992年以来,夏季奥运会和冬季奥运会首次相隔六个月举办,也是有史以来,冬季奥运会首次在夏季奥运会之后半年内举办。

国际奥委会主席巴赫说:“在不知道这条隧道将要走多久的时候,我们希望奥运圣火能在隧道尽头成为一盏明灯。”他希望北京和东京可以互相借力,让整个世界保持甚至提升对奥运会的关注度。

国际奥委会奥运会部执行主任克里斯托弗·杜比也持同样看法:“东京奥运会的到来将把奥运氛围推向高潮,而在这一令人激动人心的时刻之后不久,我们将在几个月之后迎来北

京冬奥会。因此我们确信这有利于为北京冬奥会营造氛围。两届奥运背靠背举行,我们正在与组委会沟通,也在与我们的合作伙伴沟通,确保充分利用这一机遇。”

在奥林匹克运动面临挑战的时刻,北京体现出担当与责任。全国人大代表、北京市副市长、北京冬奥组委执行副主席张建东表示,冬奥筹办逐步克服疫情影响,实现了工作没间断、力度没减弱、标准没降低。

张建东介绍说,尽管受疫情影响,但北京冬奥会推动实现了冬奥场馆建设项目最早复工、全部复工,重要会议、重要活动在线上如期举办,以视频方式举办了世界转播商大会、赞助企业大会、国家(地区)奥委会开放日等活动,参加了国际奥委会执委会会议、协调委员会高层会议。近期,又在线上公开征集奖牌、火炬和制服装备的视觉外观设计方案,发布了色彩系统与核心图形,特别是动态核心图形,这是奥运史上的首创。5月15日,在冬奥组委、国际奥委会、国际残奥委会网站同步发布北京冬奥会可持续计划,网民广泛关注,社会各方面给予高度评价。

## 克服疫情影响积极备战

东京奥运延期,给备战带来了不确定性,我国奥运健儿也在应时而变。

“疫情期间,为了让国家射击队手枪队队员能够恢复竞技状态,我们与多支地方运动队举

行了两场网络直播形式的‘云比赛’,运动员打出了高水平成绩。”全国政协委员、军委训练管理部军事体育训练中心八一射击队副队长兼教练金泳德说。

全国政协委员、中国跆拳道协会和中国空手道协会主席管健民介绍了中国跆拳道队、空手道队的备战情况,表示队伍在东京奥运会延期后,及时调整了备战训练计划,重点突出身体能力练习,加强技术能力及技术应用。

“虽然暂时没有赛事,但两支队的状态并没有受到影响。运动员始终保持良好精神和竞技状态,积极做好参加后续资格赛的准备,争取获得更多的奥运资格。期待跆拳道、空手道项目在东京奥运会上创造新的历史。”管健民说。

站在运动员的角度,针对奥运会推迟对备战的影响,我国冬奥会首金得主杨扬表示:“所有人都在同一条件下,就看谁的心态调整快,谁的状态适应快。在奥运会中,这也是优秀运动员应具备的一种能力。”

至于明年赛程可能会很密集,杨扬认为,如果明年的一切都能够正常运转,这首先是件好事;而运动员肯定会有主次之分,奥运会一定是最重要的,其他赛事再根据自己的情况做出取舍。(执笔记者:姬烨、丁文娴;参与记者:牛梦彤、王梦、张骁、罗鑫) 新华社北京5月26日电

# 「家·校·社」协同联动,加强青少年体育

李有毅委员建议

新华社北京5月27日电(记者陈聪)在新冠肺炎疫情疫情影响下,多地学校课程包括体育锻炼都在家庭或封闭管理的社区内进行。与此同时,近年来,学生的肥胖率、近视率依然很高,肺活量、身体力量等体能素质下降,学生身体素质仍不容乐观。如何联动起家庭、学校和社区,推动青少年体育事业发展、促进青少年健康成长,越来越引发人们的关注。

全国政协委员、北京市第十二中学联合学校总校长李有毅建议,推动“家-校-社”协同联动,打造以家庭教育为基础、学校体育为中心、社区体育为延伸和补充的立体发展模式,促进家庭、学校、社区的资源共享和优势互补,推进体育治理体系和治理能力现代化,具有现实意义。

具体来说,李有毅提出建立包括课程体系、实施方式和评价机制在内的“家-校-社”协同联动的青少年体育发展模式。在家庭方面,可设置适合全家参与的体育亲子活动;在学校层面,可摒弃无运动量、无战术、无比赛的“三无”课程形态,增加体育游戏和体育竞技;在社区层面,可设置以混龄为特色的体育健身和比赛活动,依托区域特色和功能,发展一批适合学生参与的具有文化性、趣味性、群众性的传统体育项目。

有了模式设计后,各项措施如何制定成为关键。李有毅建议,制定中华传统体育文化传承计划,加强优秀民族体育、民间体育和民俗体育的保护、推广和创新,推动传统体育类非物质文化遗产进校园、进社区,制定青少年体质健康干预计划,建立常态化的学生体质健康监测制度和公告制度,从科学运动角度进行干预;制定体育健身和活动促进计划,普及科学健身知识,制定体育健身和身体素养和养成健康生活方式作为体育教育的重要内容;制定体育竞技计划,建立体育竞赛活动体系和激励办法,完善体育运动水平等级标准和评定体系;制定公益体育计划,培育和发展体育公益、慈善和志愿服务文化,发挥体育组织的示范作用,开展志愿服务长效机制,鼓励青少年积极参与品牌公益项目,承担社会责任。

李有毅说,实现“家-校-社”协同联动,要进一步拓展体育资源。比如,引进体育专业人才资源,建立校内外结合的体育场馆;开发体育场馆设施资源,满足学生健身、运动和竞技的需要;利用体育信息资源,提高体育教研水平;整合体育科技成果和文化产品资源,为学生提供具有中国特色、时代特征、体育内涵的科技文化产品;发展体育旅游资源,让学生在自然资源和人文学资源中感受体育魅力,提高体育素养。

她建议,要加强政策支持,完善社会化、网络化的青少年体育冬夏令营体系,丰富体育赛事活动;完善公共财政投入机制,统筹考虑健身场地设施和体育用地需求,制定完善社会力量参与体育场地设施建设和运营管理的扶持政策;支持社区发展体育组织,建立体育指导员协会和单项体育协会,拓展社区的体育服务功能,推进协会依法依规独立运行和开展体育活动等等。

# 苏州：“体育夜市”亮起来



▲5月22日,在苏州高新区文体中心拍摄的“体育夜市”活动现场(无人机照片)。

看着一群玩轮滑球的孩子在兴致勃勃又有些生疏笨拙地挥动球杆,苏州海洋轮滑俱乐部主管夏良伟笑得很开心。

22日在苏州高新区文体中心露天举行的体育夜市上,新冠肺炎疫情开始以来一直只能坚持线上教学的他们终于有了和孩子接触的机会,“今天很多孩子对我们这个项目很有兴趣,有不少家长预约了体验课,我们已经做了复工申请,相信很快就能一切恢复正常了。”他说。

这是苏州市“体育夜经济”的第二场,此前的第一场夜市吸引22家单位前来“练摊”,现场办理体育惠民卡172张,活动现金交易金额47943元,专项券发放1000份,现在核销

767份,交易金额38350元,通兑券核销46份,交易金额2300元,合计总交易金额为88593元。苏州市体育局负责同志表示,和这些数字相比,“体育夜市”更重要的是为企业搭建快速回暖的平台,提振老百姓恢复健身的信心和意识。

22日的夜市吸引了30家体育企业和俱乐部“摆摊”,记者在现场看到,无论是轮滑球、射箭,还是篮球、骑马都吸引了很多孩子积极参与。夏良伟本人是退役运动员,他表示此次疫情确实对企业影响很大,这次的夜市活动是一个非常好的平台,“我们这次也推出了包括装备、培训课在内的一系列优惠活动,今天有不少预约体验课的,一方面夜市能帮助我

们推动销售,另一方面可以让更多孩子接触到这项运动,对我们来说,能有更多的孩子喜爱和参与这项运动才是最重要的”。

“姑苏八点半·体育夜市”是苏州市体育局结合“姑苏八点半”夜经济消费圈建设契机,专门打造的体育主题夜经济活动,通过发放专项消费补贴等方式,吸引体育企业前来“练摊”,帮助受新冠肺炎疫情影响的体育企业快速回暖,同时给老百姓以实惠,带动全民健身事业发展。这一活动将持续到年底,目前苏州各区市也在开展各色体育夜市,打造老百姓身边的体育夜经济。(记者王恒志)新华社苏州电

# 死亡,是为了救赎

写在16家职业足球俱乐部被宣布出局之后

新华社北京电(记者马邦杰)多事之秋,中国足协频频出招,每每带着“风雨欲来”的紧迫气息。23日,这一中国足球的管理机构在官方网站接连发布两份公告,公布旗下三级联赛参赛俱乐部名单,同时宣布史无前例的16家足球俱乐部的黯然出局。

16家俱乐部中11家被取消注册资格,5家主动申请退出,导致它们离场的病因相同:资金告罄,无法续命回魂。

冰冻三尺,非一日之寒。16家俱乐部中,无论是被业内惋惜“暴卒”的昔日中超新贵天津泰达,还是沉疴难起的辽宁足球俱乐部,究其根本原因在于过去经营不善,历史遗留问题延绵叠加至今,终于酿成破产出局的苦果。其中一些俱乐部据说前几个赛季就已债台高筑。中国足协此次严格执行准入程序,令在必行,法在必行,值得肯定。

中国足协23日发布的两份公告中的《关于取消相关职业足球俱乐部注册资格的通知》,作为一纸公文,力求平实的行文中,仍能让人感觉浸透着苦涩。

这份公告结尾写道:“在此希望各级俱乐部重视长期规划、理性经营,切实保障和维护俱乐部球员、教练员及工作人员的合法权益,推动职业足球逐步实现可持续发展。”这段更似寄语的公文,“逐步”表明了不再急于求成的态度,“可持续发展”点明了健康生存的目标。

毋庸讳言,中国所有职业足球俱乐部都面临如何“健康生存”的难题。金元足球更是加剧了困境。席卷全球的新冠肺炎疫情,提前按下了某些俱乐部的“死亡”按钮,同时也为中国足协创造了应对和解决问题的时间。

“如果放任这些无法存活的俱乐部继续参加联赛,会让它们自身的问题像滚雪球一样越滚越大,越难以收场,同时也会给三级联赛的健康带来无法预测、难以控制的威胁。”一位业内人士说,“把它们排除在外,是对整个中国职业足球未来发展的负责。”

沉舟侧畔千帆过,病树前头万木春。本赛季,这些俱乐部的“死亡”,将有助于浮动着泡沫的中国足球职业联赛逐步获得救治,让其他那些更有活力的俱乐部获得参加职业赛事的机会。

中国足协内部人士透露,中国足协将继续出台相关措施,在继续为最高级别的中超联赛挤泡沫的同时,也将为低级别的职业俱乐部的生存创造条件。比如,在将来的准入规

则中,可能不再要求乙级俱乐部一定拥有至少四支不同年龄的青少年梯队。

这也为这16个俱乐部中某些有条件重返职业联赛者创造机会。这方面世界足坛不乏先例。比如意甲的佛罗伦萨俱乐部,其原名是“佛罗伦萨足球协会俱乐部”(ACF佛罗伦萨俱乐部),2002年破产。两个月后,当地人成立了“佛罗伦萨足球协会及紫色佛罗伦萨俱乐部”,这个长长的俱乐部名称中包含原来俱乐部的名称,意在使用原俱乐部的品牌,继承原俱乐部的球迷。一年后,他们花钱购回原俱乐部的名称使用权以及球衣图案设计等版权,于是ACF佛罗伦萨又回到了意大利足坛。佛罗伦萨俱乐部标识中那朵俏丽的“百合花”,是凝聚佛罗伦萨人心的精神之花,引领当地人的灵魂。

如果16家本赛季消失的中国俱乐部中,将来有像佛罗伦萨那样重返职业足坛者,我们希望,它们俱乐部的股权结构更加合理,名字中不再含有“企业”的因素,更能从精神上凝聚当地球迷。如此,它们就实现了浴火重生和自我救赎。正如《中国足球改革发展总体方案》所设计的,这种新型职业俱乐部的存在,将标志着中国足球内涵的提升。

新华社北京电(记者邵晓安、肖世尧)受疫情影响,全球运动品牌的生产经营均遭遇严重挑战。正在北京参加十三届全国人大三次会议的全国人大代表、安踏集团董事长兼CEO丁世忠表示,疫情只是让“该来的”加速到来,他对疫情结束后的运动市场恢复充满信心,认为本土体育品牌面临需求端的巨大机遇。

## 向中低收入群体发放消费券

突如其来的新冠肺炎疫情,给全球经济带来严重冲击。在严峻复杂的形势下,“六稳”“六保”成为今年两会的核心关注之一。作为来自经济界的全国人大代表,丁世忠围绕促进市场回暖,恢复经济活力,提出两项建议:建议通过向中低收入家庭发现金类消费券等方式,逐步提高中长期居民和家庭可支配收入,进一步促进消费复苏;建议通过允许因疫情导致阶段性生产经营困难的企业延迟缴纳社会保险费,金融及产业扶持政策等方式,进一步减轻中小企业负担。

当前部分地区已陆续发布了消费券政策。丁世忠建议,消费券的发放应进一步向中低收入群体倾斜,在目前已发放餐饮类、日常用品类消费券的基础上,对中低收入家庭发放一定额度的现金类消费券,并可联合当地扶贫办等有关政府部门,确保覆盖当地重点家庭。

丁世忠认为,除了短期内有效引导消费预期外,长期要逐步降低居民和家庭税费负担,提高家庭可支配收入,持续释放社会消费潜力。他建议研究扩大个人所得税抵扣范围和额度,增加个税抵扣项目,例如商业健康保险。在目前以个人征收的基础性制度上,研究向按家庭征收的转变,如大病专项抵扣等,减轻家庭负担。

疫情使得中小企业正面临极其严峻的挑战。为此,丁世忠建议对因疫情导致阶段性生产经营困难的企业,可根据实际情况申请延迟缴纳社会保险费,适当减少住房公积金缴存比例,并在合理范围内宽限征收期,同时,加大金融及产业政策支持力度,进一步减轻中小企业负担。

## 疫情只是让“该来的”加速到来

体育产业近年来正处于蓬勃发展之中,但突如其来的疫情冲击却给相关产业带来重创。作为中国体育品牌龙头企业的安踏来说,疫情的影响也是史无前例的。二月份,安踏集团全国近13000家店铺几乎全部暂停营业,直至三月上旬才陆续恢复。一季度,安踏品牌零售金额同比更是出现20%-25%的负增长。

此外,国际疫情的持续蔓延,导致全球体育产业链多环节停产、东京奥运会延期,很多重大体育赛事相继停摆,产生一系列连锁反应。

不过,丁世忠认为,疫情只是让“该来的”提速到来,安踏实际上是提前五年迎接了变革。

“没有这个疫情,也许有一些管理问题很多年都不会被发现和重视。”丁世忠举例说,过去市场顺的时候,企业对组织效率、成本费用等都没有十分深入地细致研究,但是通过这次疫情得以提前发现、提前解决,从某种意义上来说,疫情给他们带来了更多的价值。

“每一次危机,企业都有机会看到在发展中没有被重视的问题,并抓住新的机会。今天我们遇到的疫情危机也是如此。”丁世忠说,根据以往经验,重大疫情发生后,人们会对自身健康更加关注,消费者的运动健身意愿更加强烈。疫情只是暂时的,它在客观上将加速释放运动健康行业的长远发展潜力,给行业的变革和创新带来历史性机遇。

作为中国体育品牌走向国际化的代表企业,安踏在2019年3月收购芬兰知名体育品牌亚玛芬,一时引起轰动。丁世忠表示,尽管国际疫情不断变化,但安踏会坚持全球化的战略不变。

“很多人最近问我亚玛芬的情况,担心在欧美严峻的疫情形势下,我们的生意怎么办?我说,一定要稳住,要看长远。”丁世忠说,集团收购亚玛芬,初心也是要进行“长期行为”。如果没有长远的战略规划,没有长期的投入准备,任何品牌是没有办法做起来的。

## 本土体育品牌面临需求端的巨大机遇

尽管疫情给企业生产经营带来巨大挑战和冲击,不过丁世忠依然十分看好疫情恢复后的运动市场。

“从市场潜力和消费者需求来看,目前体育用品行业依然是整个消费品市场领涨的行业,可以判断,这个在疫情过后的时代,还会有进一步的快速发展期。中国本土体育品牌正面临着来自需求端的巨大机遇。”丁世忠分析,从目标消费者规模来看,中国现在的体育人口比例已超过40%,城镇化布局进一步加大,新的消费市场正在被激活。这与欧美发达国家60%-70%多的水平相比,有很大的提升空间。

从目标消费者偏好来看,近年来大家在着装习惯上越来越倾向于休闲,运动服饰消费场景的扩大,促进了消费频次的提升。

从目标消费者结构来看,95后“Z世代”的年轻人正在成为体育品牌的主力消费群体。“他们这代人的文化自信,为本土企业释放出品牌选择的红利。”丁世忠说,从安踏集团在“五一”假期期间的销售情况来看,各品牌线上及线下的总流水同比实现了快速复苏和增长。通过电商平台的大数据分析显示,在疫情期间,“95后”的消费者占比提升了10%,而且对于中国品牌的偏好尤其明显。这对于中国品牌的成长动力是巨大的。

近年来,国内体育用品行业日益呈现规模化、品牌化、科技化的特征。丁世忠认为,本次疫情危机,将进一步促使行业头部企业加大对创新研发的投入力度,不断提高产品科技含量,增强供应链管控、数字化变革和互联网销售的能力,行业整体的转型升级进程将因此而提速。

专访全国人大代表、安踏集团董事长丁世忠

# 本土体育品牌面临需求端的巨大机遇